

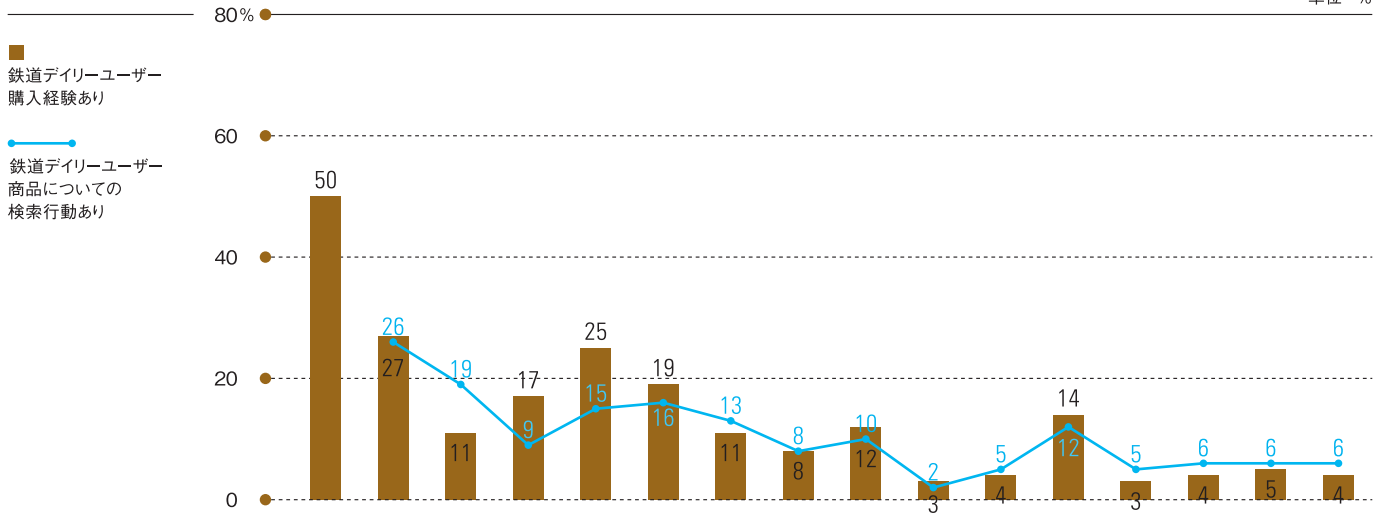
流通・サービス

映画などの興行情報や、沿線エリアの商業施設の交通広告にリーセンシー効果がみられ、特にF1・F2層に効いています。

流通・サービスジャンルの電車の車内広告や駅構内広告を見た後に、実際にそのサービスを利用したことがある人は全体で45%に及び、「映画・演劇・イベント・興行情報」「百貨店のバーゲンや特設催事」「ショッピングモール・ショッピングセンター」など興行情報や、沿線エリアの商業施設が上位に並びます。また、これらのジャンルは、消費行動の前に「調べる」という行動を起こす人も多くなっているのが特徴です。特にF1・F2層でリーセンシー効果が高い傾向がみられ、「ファーストフード・ファミリーレストラン」なども全体傾向を上回っています。また、F1層では「遊園地・スポーツ施設」や「ファッション・洋品店」も比較的高くなっています。

車内・駅構内広告接触後のサービス利用経験／流通・サービス

単位=%



性別・年代別	N	サービス利用経験 (%)																
		利用経験あり計	映画・演劇・イベント・興行情報	国内旅行 海外旅行	ファミリーレストラン	ファーストフード	百貨店のバーゲンや特設催事	ショッピングモール・ショッピングセンター	家電量販店	家具・家庭用品店	ファッション・洋品店	パチンコ・パチスロ店	エステ・美容院	遊園地・スポーツ施設	英会話学校・カルチャースクール	予備校・塾・高校・大学	官公庁の広告	求人・人材派遣
全体	1715	44.6	22.3	10.5	15.2	24.1	19.4	9.9	6.8	10.4	2.6	3.6	12.7	2.9	3.3	3.8	3.7	
性別																		
男性	861	37.5	17.8	8.2	12.8	15.0	12.4	11.7	6.6	6.6	3.7	2.2	9.4	2.8	3.3	4.8	3.4	
女性	854	51.8	26.9	12.8	17.7	33.4	26.5	8.1	6.9	14.3	1.5	5.0	15.9	2.9	3.4	2.9	4.1	
性・年代別																		
男女 15~19歳	140	33.6	20.0	0.7	15.0	7.1	15.0	3.6	2.1	7.1	0.7	2.1	11.4	-	5.0	-	1.4	
M1(男性20~34歳)	228	42.1	22.4	7.9	18.0	14.9	12.7	11.4	7.0	10.1	3.5	3.9	10.1	3.5	4.4	4.8	5.7	
M2(男性35~49歳)	280	38.2	14.6	6.1	12.1	17.1	15.0	13.6	6.8	6.4	4.3	1.8	9.6	3.2	2.9	4.6	3.6	
M3(男性50~69歳)	286	35.0	16.8	12.2	9.1	15.7	10.5	11.9	7.7	4.9	3.8	1.7	8.7	2.4	2.4	5.9	1.7	
F1(女性20~34歳)	215	60.5	32.1	14.0	20.5	35.3	28.4	8.4	7.9	19.5	2.3	8.4	21.4	4.2	2.8	2.8	6.0	
F2(女性35~49歳)	277	55.2	27.8	13.4	20.6	40.1	32.1	10.5	7.9	13.7	1.4	5.1	17.3	3.6	4.7	3.2	4.7	
F3(女性50~69歳)	289	45.7	23.9	14.5	13.1	31.1	21.1	6.9	5.9	11.8	1.4	2.8	11.1	2.1	2.1	3.5	2.8	
鉄道利用別																		
鉄道デ일리ユーザー	707	50.4	26.6	11.3	17.3	24.6	19.1	11.2	8.1	11.5	2.8	4.1	13.6	3.3	4.0	4.8	4.4	
鉄道ミドルユーザー	486	48.8	25.1	12.8	16.0	29.0	24.9	10.3	8.0	11.1	2.5	4.1	14.6	3.7	4.1	4.1	3.9	
鉄道ライトユーザー	498	32.1	13.3	7.0	11.0	18.5	14.1	7.0	3.2	7.6	1.8	2.2	8.8	1.2	1.2	2.0	2.2	

■ は全体と比べて+10%、■ は+5%のスコア